

## **PROGRAMMA**

### **ANALISI DEL PUBBLICO E PERCORSI DI AUDIENCE DEVELOPMENT**

#### Date e sede

Il corso breve si terrà a Torino, presso Fitzlab in via Aosta 8, nelle date 8, 9 e 10 aprile 2013.

Le organizzazioni culturali, indipendentemente dalla natura, dalle dimensioni e dal posizionamento, condividono il problema di raggiungere, aumentare e diversificare il proprio pubblico. L'Audience Development tenta di dare risposte a questa richiesta, affinché l'ampliamento del pubblico si trasformi da generica aspirazione a un processo strutturato in grado di coinvolgere in maniera continuativa e trasversale le organizzazioni culturali: non solo marketing e comunicazione, ma anche direzione artistica, programmazione e organizzazione. Un processo che va affrontato con consapevolezza delle implicazioni e disponendo di strumenti adeguati, partendo dalla conoscenza del pubblico e dalla identificazione di obiettivi concreti e misurabili, integrandosi non solo con gli strumenti del marketing innovativo ma anche con gli approcci partecipativi che sempre più caratterizzano le pratiche culturali contemporanee. Il corso si rivolge in particolare a organizzazioni e freelance che operano nella gestione e valorizzazione di beni culturali e performing arts.

#### Descrizione e obiettivi didattici

Il workshop è destinato a fornire un quadro concettuale (cos'è, come funziona, quali i vantaggi e le implicazioni) e operativo per l'audience development. Nell'ambito del workshop saranno quindi forniti gli strumenti per conoscere il pubblico reale e potenziale, impostare un processo di audience development nella propria organizzazione, identificare obiettivi ed elaborare gli strumenti per raggiungerli. Attraverso esercitazioni di gruppo, i partecipanti saranno chiamati a verificare e sperimentare soluzioni e approcci per entrare in contatto, coinvolgere e fidelizzare nuovi pubblici.

#### Docenti

**Alessandra Gariboldi** (Coordinatrice dell'Area Ricerca e Consulenza presso Fondazione Fitzcarraldo) integrerà momenti di docenza frontale a esercitazioni di gruppo ed individuali, momenti di brainstorming, riflessioni condivise e compartecipate.

**Simona Bodo** è ricercatrice e consulente in problematiche di diversità culturale e inclusione sociale nei musei. Su questi temi cura studi, seminari, percorsi formativi e pubblicazioni per istituzioni pubbliche e private a livello nazionale e internazionale. È co-ideatrice e responsabile del sito "Patrimonio e Intercultura". Tra le pubblicazioni più recenti da lei curate: I musei come luoghi di dialogo interculturale: esperienze dall'Europa (con K. Gibbs e M. Sani, in corso di stampa), Periferie, cultura e inclusione sociale (con C. Da Milano e S. Mascheroni, Fondazione Cariplo, Collana "Quaderni dell'Osservatorio" 2009), Progettare insieme per un patrimonio interculturale (con S. Cantù e S. Mascheroni, Fondazione ISMU 2007), Quando la cultura fa la differenza. Patrimonio, arti e media nella società multiculturale (con M. R. Cifarelli, Meltemi 2006).

Programma

**Lunedì 8 aprile 2013**

**9.30 – 13.30 – Alessandra Gariboldi**

- Il contesto: l'integrazione tra marketing, comunicazione e audience development
- Audience Development: definizione, obiettivi, caratteristiche
- Conoscere il pubblico: Metodologia e Strumenti
- Come utilizzare i risultati dell'analisi dei pubblici

**13.30 – 14.30 pausa pranzo**

**14.30 – 17.30 – Alessandra Gariboldi**

- Applicare l'analisi dei pubblici al proprio contesto
- Esercitazione

**Martedì 9 aprile 2013**

**9.30 – 13.00 – Alessandra Gariboldi**

- Il non pubblico: chi è, come conoscerlo
- Gli strumenti non standard

**13.30 – 14.30 pausa pranzo**

**14.30 – 17.30 – Simona Bodo**

- La mediazione del patrimonio in chiave interculturale. Una risorsa per l'integrazione

**Mercoledì 10 aprile 2013**

**9.30 – 13.30 – Alessandra Gariboldi**

- Impostare l'audience development: step operativi
- Case history italiani e stranieri: approcci partecipativi per l'audience development